

2015年度 企業社會責任報告書



阿瘦實業股份有限公司
SHUI-MU International Company Ltd.

■ 關於我們的報告書	3
■ 經營者的話	4
■ 關於阿瘦	5
3.1 公司簡介	05
3.2 產業概況	08
3.3 營運策略	09
3.4 財務資訊	10
3.5 獲獎榮耀	11
3.6 公司治理	12
3.7 利害關係人議合及真實性考量面鑑別	19
■ 環境	24
4.1 用水及節能減碳方案	23
4.2 總倉物流推動計畫	24
■ 社會	26
5.1 育才、惜才	25
5.2 供應鏈管理	30
5.3 顧客服務	31
5.4 社會參與	32
■ GRI 指標索引	36

關於我們的報告書

阿瘦實業自 2014 年起，每年發行「企業社會責任報告書」，向利害關係人公開呈現本公司於社會責任之政策、措施及成果，以及秉持“一針一線，實實在在”的經營精神以落實永續發展之決心，持續推動節省能源與減少資源浪費。

■ 報告書期間與範疇

本報告書資訊揭露期間為2015年度(2015年1月1日至12月31日)，內容涵蓋公司治理、員工照顧、環境保護及社會參與之各項措施。

本報告書的組織範疇，涵蓋了阿瘦實業母公司及旗下子公司(不包含轉投資公司)與台灣區域內阿瘦皮鞋各地分店。

■ 報告書撰寫依據

本報告書係參照全球報告倡議組織 (The Global Reporting Initiative, GRI) 所頒布之G4永續性報告指南，並依循「核心選項」之要求撰寫。

■ 資訊揭露與計算基礎

本報告書以中文版本，並揭露於本公司網站(<http://www.asogroup.com.tw>)，所揭露之資訊，涵蓋了財務、環境和社會面的政策與表現，在財務資訊部份，為與財報數字一致，呈現了阿瘦實業及旗下子公司的合併資料。

■ 聯絡資訊

阿瘦實業股份有限公司 財務處

地址：台北市中山區松江路168號5樓

電話：(02) 6618-9999

傳真：(02) 6618-1888

電子郵件：IR@mail.aso.com.tw

經營者的話

2015年初，台灣經濟表現復甦，使得消費信心指數持續升高，但下半年開始，隨著全球貿易衰退的趨勢逐漸明顯，包含中國大陸經濟成長放緩、國際大宗原物料商品價格持續走低等因素，連帶壓抑台灣內外需市場、股市以及房市表現，導致2015年全年GDP僅0.75%。面對多變環境，各業者皆致力於強化公司體質及調整商品結構，持續展開行銷攻勢，利用行動商務的導入，以及創新服務來觸動更多消費意願，也從近期經濟數據看到成效曙光。

2015年整體鞋店連鎖產業的板塊結構變化不大，但近年來隨著通路型態、消費者結構、以及商圈轉移等影響，各品牌實體通路改以較為穩健的步伐進行體質調整與發展布局。根據2015年通路數統計，A.S.O阿瘦實業仍穩居市場第一名地位，前五大品牌總通路數變化並不大。然而，本公司仍積極進行創、變作為，除了強化既有實體通路經營外，也早在幾年前即看到多元化商品與服務的契機，具有領先各品牌發展多元的能力。

電子商務趨勢已逐漸襲捲整個零售業，實體通路之市場定位，已不容侷限於自身營運範疇，且依據統計，全球知名實體零售品牌中，已有八成以上的業者開始發展網購服務，而台灣在2015年也有更多的實體通路加入電商戰局，締造「無店面零售業」營業額年增率5.3%的佳績。而本公司領先鞋業，於幾年前即展開虛實匯流及多元商品服務布局，從傳統實體通路經營，逐步走向平台服務，配合大數據分析應用以及行動商務應用發展，以全通路(Omni-channel)思維進行卓越轉型的服務價值創造。

隨著實體通路加入電商戰局，未來虛實界線將趨模糊，而透過行動商務開發，更加速商品資訊透明化，使得消費者購買行為逐步趨向理性思維，開始回到本質思考，不只比價格，更比服務、品質、價值，「性價比」已是選購的重要因素，企業形象及商品口碑將被消費者投以更多的關注。面對此「硬」、「軟」、「巧」實力競爭浪潮，本公司除了持續以「真、善、美、新」、求變求『新』作為製鞋的基本原則外，也更將善盡企業社會責任(CSR)，兼顧社會公益與環保意識，深化SCM循環促進鞋產業升級，透過各面向資源協同運作，追求「舒適加分、健康加值」的境界，以呼應消費者及投資者對A.S.O阿瘦實業的期盼。

董事長 羅榮岳

關於阿瘦

3.1 公司簡介

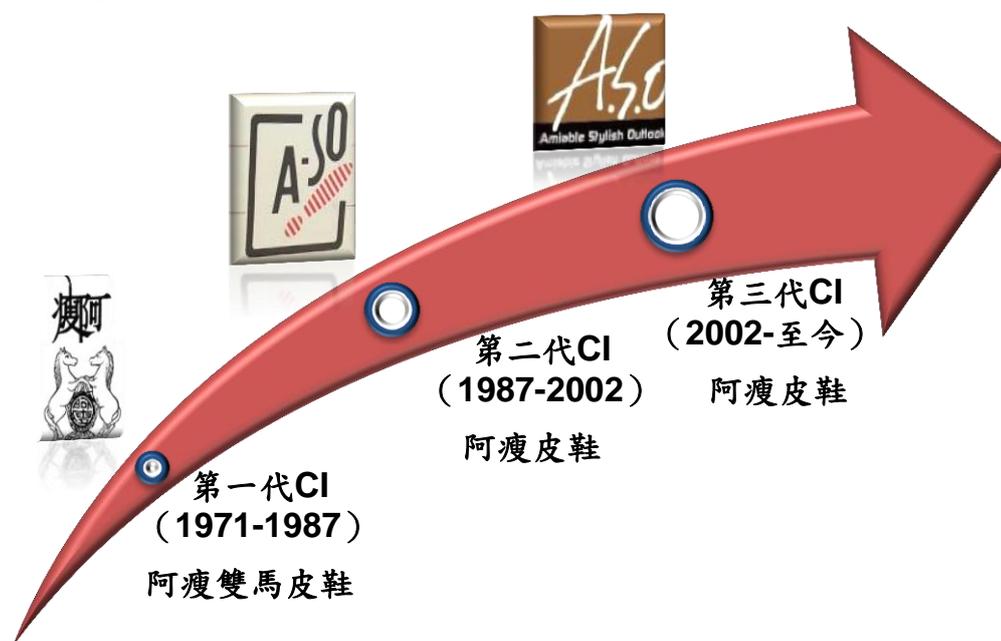
阿瘦起源於「阿瘦擦鞋號」，係由創辦人羅水木先生於 1952 年 11 月 5 日創設，後於 2003 年 8 月 25 日設立阿瘦實業股份有限公司。

本公司創立迄今邁入第六十三年，秉持「堅持做台灣最好的鞋」為經營理念，商品與服務品質深受消費者肯定，自 2002 年起進入快速發展期，在 2002~2007 年間，以每年 25~30 店的速度快速拓展，近年本公司除導入門市優化政策外，也進駐具有發展潛力的購物中心、賣場，因應消費市場改變的需求，2014 年起重新評估通路佈局結構，對於所處商圈環境不佳的門市進行關閉或遷移調整；另一方面對於獲利較佳的門市進一步更新店裝，或評估擴大賣場面積成為「大店模式」。此外，也評估於購物中心和量販賣場展店設點，使通路佈局能適應新的消費者生活型態和消費習性，進而掌握社會變遷所帶來的新商機。

本公司主要銷售市場為台灣內銷，以皮鞋專賣連鎖通路形態經營，本公司旗下各品牌全台通路數在民國 2014 年底約計 223 家，依台灣皮鞋連鎖企業經營的店數分析，本公司通路店數居於領先地位。

項目	內容
阿瘦品牌成立時間	西元 1952 年 11 月 5 日
阿瘦實業成立時間	西元 2003 年 8 月 25 日
股票上市時間	西元 2014 年 9 月 15 日
創辦人	羅水木 先生
董事長	羅榮岳 先生
資本額	新台幣 6.68 億元
員工數	872 人
營業處所	台北市中山區松江路 168 號 5 樓 台灣本島、金澎、大陸，共 223 家店櫃

【各階段的 CI】

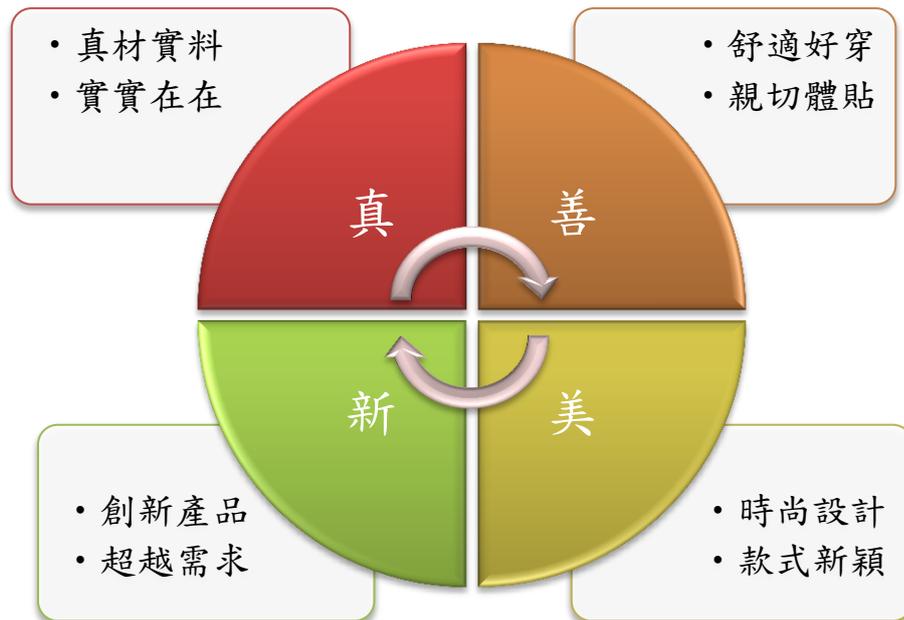


阿瘦本著 總裁羅水木先生「一針一線，實實在在」的做事態度，至今走過一甲子，多年來，阿瘦始終以「堅持做台灣最好的鞋子」的信念，得到許多愛用者肯定。

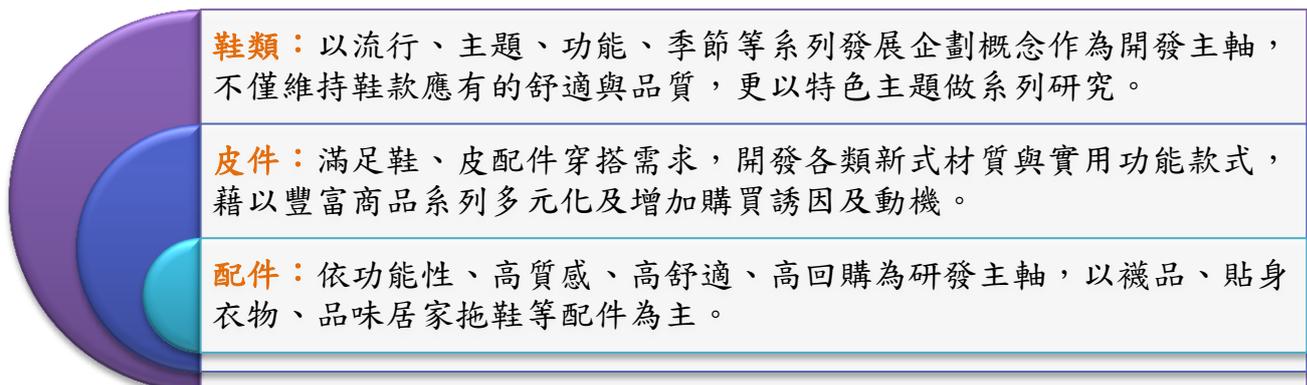
60年來，社會環境不斷變遷，阿瘦集團對產品的堅持與講究卻不曾改變，每一雙阿瘦皮鞋都是「用心、貼心、愛心」的完美呈現。數十年來傳統精湛工藝在阿瘦被保存下來，堅持品質為品牌承諾的長久之計，阿瘦為每一雙鞋注入獨立的靈魂，成為超越時代的藝術。

透過不斷地精進、研發，阿瘦打造每一雙結合了「時尚設計」與「精湛工藝」的鞋款。以「真、善、美、新」為品牌核心經營理念，向未來邁進！

【A.S.O 的核心理念】



阿瘦產品主要為鞋類、包類、襪類及其他類等，鞋類商品包含紳士鞋、淑女鞋、童鞋、氣墊鞋及運動鞋等；包類商品包含皮革、布質、尼龍材質等多種包款配件；襪類及其他類商品包含配件類、襪品、貼身衣物、居家拖、鞋類保養品等。阿瘦依據不同分眾客層，企劃多元、豐富化新商品，透過分眾需求類型、功能需求加值，拓展多元化商品化整合的新商機，依類別屬性敘述如下：



【阿瘦集團品牌特色】



1947年意大利天才鞋匠Silvio Salomon創辦了Calzaturificio RENATA制鞋工廠
 Vinaso繼承了RENATA六十年經典的製鞋工藝和意大利的時尚設計
 2011年由阿瘦實業取得大陸地區代理



2012年9月進駐台灣百貨專櫃
 品牌名稱為法語「藍兔子」之意
 來自美國紐約品牌
 融合紐約街頭與歐式雅緻風格時尚潮流，充滿可愛魅力少女風

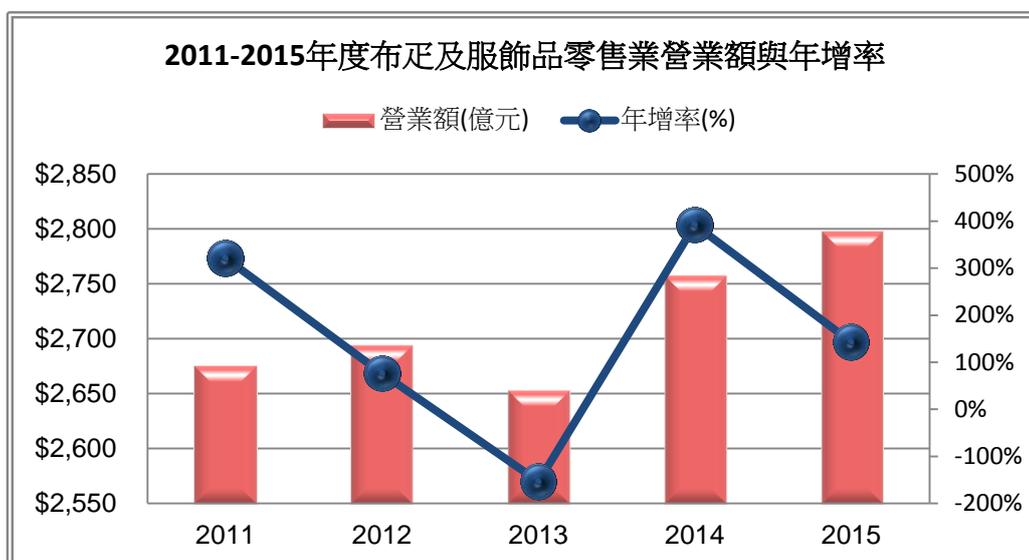
【阿瘦會員購物誌】阿瘦嚴選，美好生活的開始



阿瘦集團除了關心消費者足部需求，更擴大以促進顧客生活的美好為願景，深入會員衣、食、住、行各層面，秉持「阿瘦嚴選」的精神，精心挑選「來源有保證、製程有保障、消費有保護」的優質商品，打造「嚴選品質、物超所值」的購物選單，滿足會員購物的需求。

3.2 產業概況

阿瘦係屬零售業，而零售業屬內需型產業，因所營商品涵蓋食、衣、住、行、育、樂等各方面之民生需求，故與國人之國民所得及消費支出密切相關，我國近年來之平均國民所得與平均每人民間消費支出隨著國民所得逐年提升，民間消費意願亦隨之升高。根據經濟部統計處統計資料顯示，2013~2015 年度之零售業營業額分別為 3.8 兆元、4.01 兆元及 4.02 兆元之規模，其中布疋及服飾品之營業額分別為 2,654 億元、2,758 億元及 2,798 億元。國民所得維持一定水準，而民間消費支出持續增加，帶動零售業近年來之整體營業額穩定成長。



以台灣零售業之發展情形而言，消費市場由製造商主導，轉向零售商主導，再進入消費者主導之市場。隨著科技的進步，消費型態與生活型態日益多變，零售方式也不斷求新求變，創新業態的新興通路也因應而生，如實虛整合的多重零售通路、複合型商店、運用 ICT 技術的智慧型商店、電視、網路購物、無實體店鋪、行動商店等，使得台灣零售市場呈現多元的發展，並逐步與國際發展趨勢接軌。

本公司經營連鎖鞋店，除一貫秉持商品精緻化與優質化，更持續致力品牌形象工程，而連鎖化之趨勢不僅提高競爭力與知名度，也提升消費者對於連鎖品牌的信任感。面對消費型態變化，除了善用領先者優勢，將本業固本深化，更藉由核心競爭能力(含產、官、學、研資源)創造高附加價值之商品，同時引領整體鞋產業升級發展，從通路經營走向平台服務，朝向商品「多元化」及通路「無界化」之方向發展。

基於對誠信經營及健全發展的追求，阿瘦於 2014 年訂定「誠信經營守則」，並依循相關競爭規定，以公平透明之方式進行商業活動，在 2015 年營運期間內並無反競爭、反托拉斯及壟斷等情事。

3.3 營運策略

為追求企業永續成長，同時滿足消費者多元化需求，阿瘦訂定了長、短期的營運策略；

➤ 短期營運策略

- A. 鞏固現有市場，深耕 VIP 客戶，並導入全新顧客關係管理模組與顧客忠誠回饋計畫，以落實顧客管理並鞏固忠誠顧客促進持續回購，增加主要顧客群的貢獻度。
- B. 進行現有店裝的更新改裝，提供更優質之購物環境，並導入全新一代店裝風格，同時加入數位科技載具輔助銷售，以發展賣場體驗、互動式行銷，提昇賣場附加價值。
- C. 成立「A.S.O LIFE」線上購物平台，佈局自有虛擬通路，並進一步整合虛擬與實體通路資源，打造線上線下一致性的購物體驗。
- D. 提高商品提貨券的銷售率，以提升預收的券儲率，有效穩固主顧客群的回購。
- E. 強化與顧客的數位溝通管道(電子型錄、官網、Facebook 粉絲團、LINE@...)，有效率地傳遞行銷資訊，增加營業活動曝光度。
- F. 持續深化會員購物誌的銷售模式，有效運用會員人數與實體通路的優勢，並精進優質商品組合，以提供會員更優質的嚴選商品與更便利的銷售服務平台。
- G. 商品豐富化、多元化，透過有效的銷售、顧客、商品、活動之統計分析及行銷策略規劃，提升業績。
- H. 強化研發技術、商品能力、訂價策略等營運管理機制，以確保公司競爭力。
- I. 精進通路佈局及型態的管理力，並導入新的激勵獎酬計畫，以激勵營業團隊士氣，提高各門市店櫃的獲利能力，進而提升公司的營運績效。
- J. 持續投入德、智、體、群、美五育並進的人才訓練課程，推展全方位的優質服務團隊。
- K. 提高集團資金運用效益、評估及進行各種理財投資方案，控管投資風險並追求穩健報酬。

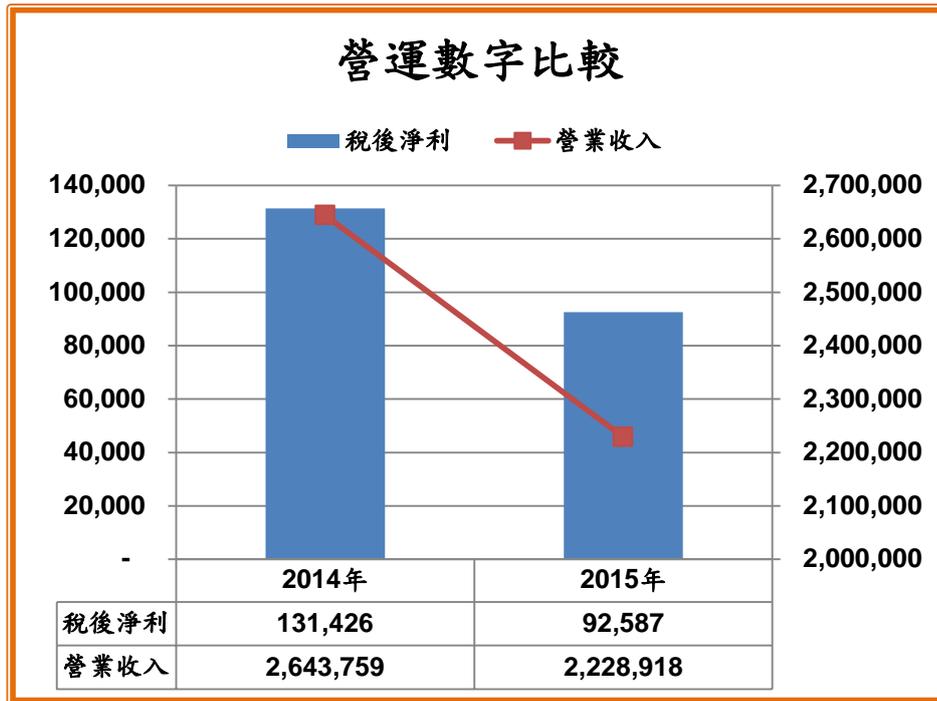
➤ 長期營運策略

- A. 積極培育及儲備人才：大量培育商品設計、鞋品專業、銷售及經營管理之人才。
- B. 追求「健康、舒適、美觀、創新」促進顧客足下與生活的美好之企業願景，發展健康促進商機，並結合產品創新與資通訊應用，創新健康促進商業模式。
- C. 長期投入研發技術：持續不斷的創新鞋品功能和技術，提高商品競爭力。
- D. 佈局跨境電子商務，結合阿瘦製鞋專家與境外第三方營運商能耐以快速發展。
- E. 全通路策略發展：藉由O2O虛實通路整合的經營方式，讓資訊透明，快速流通，使顧客更滿意、更安心，並且結合內外部大數據資料，活化會員權益，讓會員得到更多元的服務延伸。

3.4 財務資訊

營運績效

阿瘦係以台灣內需市場為主之零售百貨業，受到 2015 年下半年全球貿易衰退，壓抑台灣內外需市場，及近來消費者健康意識抬頭，運動休閒風興盛之影響，皮鞋之銷量萎縮，導致業績下滑，又由於營業費用主為固定費用，致營業淨利亦隨營業額之下滑而減少。



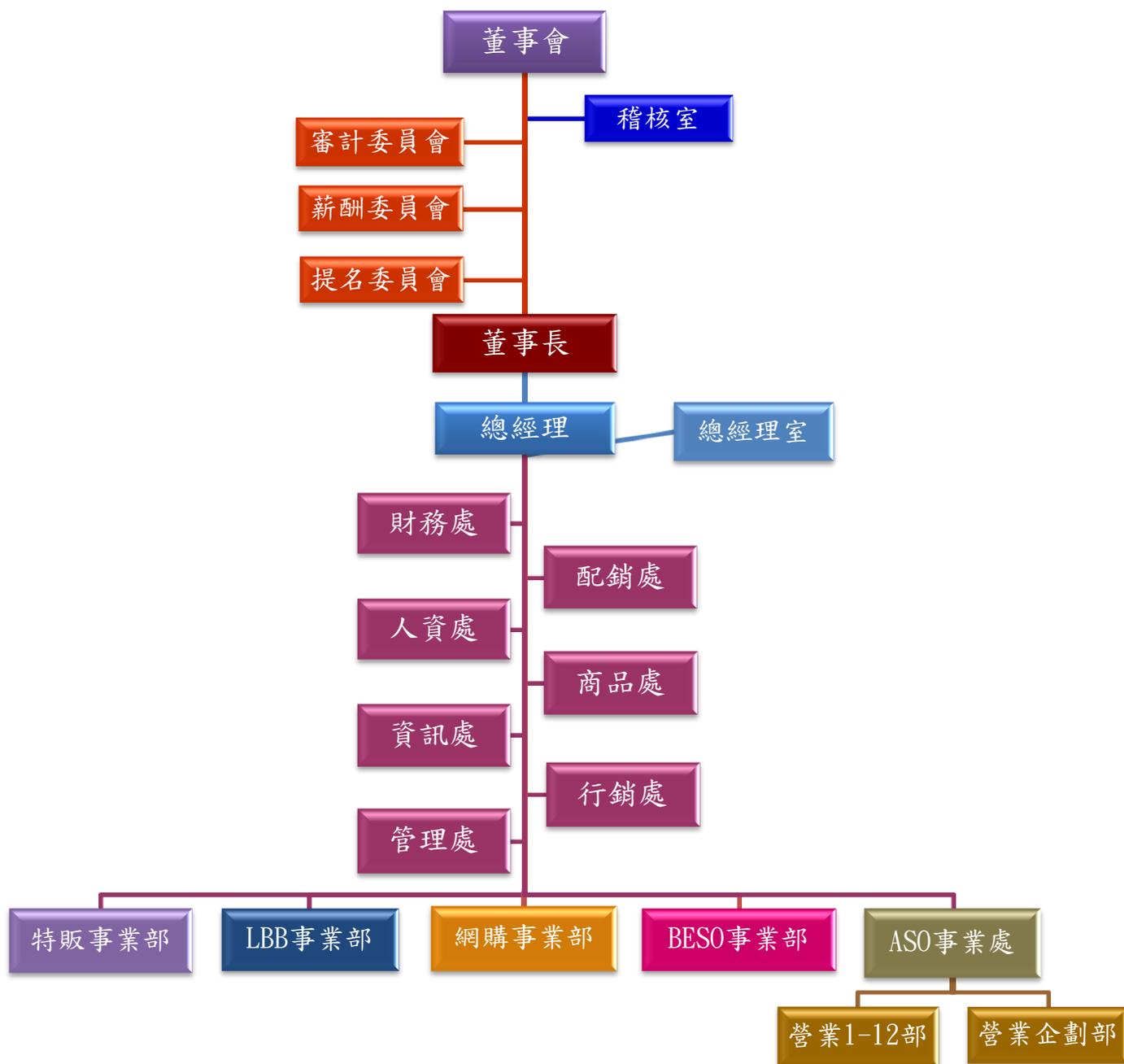
3.5 獲獎榮耀



3.6 公司治理

阿瘦實業持續致力於追求公司治理及財務資訊透明化、即時化、公平化，而為完備與強化組織運作之機制，為健全公司治理及強化董事會薪酬管理機能，本公司董事會分別於 2012 年 12 月 26 日及 2012 年 8 月 10 日決議通過設置審計委員會及薪酬委員會，成立以來運作情形良好。另外，本公司設有發言人制度並有專責處理股東建議或糾紛之 IR 信箱、投資人專線及處理股務事務之股務代理機構。

➤ 公司組織圖



➤ 董事會與功能性委員會

本公司於 2014 年 9 月成為台灣第一家連鎖鞋業品牌股票上市公司，依相關規定設有董事會、審計委員會及薪酬委員會等組織。此外，本公司訂有「公司治理實務守則」，且已有完備之內部控制及各項管理辦法，控管功能健全，公司運作均遵循「上市上櫃公司治理實務守則」、「公司法」以及證券交易法等法令法規，並逐步落實公司治理，目前已訂定「股東會議事規則」、「董事及監察人選舉辦法」、「董事會議事規則」及「薪資報酬委員會組織規程」、「公司治理實務守則」、「道德行為準則」、「誠信經營守則」、「審計委員會組織規程」。

一、董事會

阿瘦董事會設有七席董事，其中包含有三席的獨立董事，以利強化公司治理。所有獨立董事皆符合相關工作經驗、專業資格與獨立性身分，以期能發揮獨立董事應有之功能。本公司每季至少召開一次董事會，遇緊急情事時則隨時召開之，相關會議記錄皆依規定辦理保存。並藉由董事會的召開讓董事更了解公司營運現況，來強化管理機能及加強公司治理。董事會成員目前兼任本公司及其他公司之職務狀況如下：

董事長兼總經理

羅榮岳

- 阿瘦(上海)貿易有限公司執行董事
- 阿瘦(南京)貿易有限公司執行董事
- 南通阿瘦貿易有限公司執行董事
- 薩摩亞商GLORY盟亮顧問有限公司董事
- 威榮投資(股)公司董事長
- 雙岳鞋業有限公司董事
- 岳芽泉(股)公司董事長
- A.S.O International Co., Ltd. 董事
- A.S.O International Holdings Co., Limited 董事

董事

羅水木

- 仟樺建設(股)公司董事
- 乃榮投資(股)公司監察人
- 威榮投資(股)公司監察人
- 薩摩亞商GIANT大利顧問有限公司董事

董事

林阿豆

- 仟樺建設(股)公司監察人
- 威榮投資(股)公司董事
- 乃榮投資(股)公司董事
- 岳芽泉(股)公司董事

董事

陳宗賢

- 睿澤企業執行長
- 豪紳纖維科技執行長
- 大毅科技(股)公司監察人
- 邦特生物科技執行顧問
- 景明化工、聯維有限公司、正成貿易等企業執行顧問

獨立董事

周正剛

- 金石堂圖書(股)公司董事
- 高砂紡織(股)公司董事長

獨立董事

吳文欽

- 吳念真企劃製作有限公司董事長
- 王品餐飲(股)公司獨立董事

獨立董事

柳承志

- 凡甲科技(股)公司董事長特別助理
- 立全科技(太倉)有限公司執行董事
- 永冠投資(股)公司董事長

二、審計委員會：

本公司於 2012 年 12 月 18 日董事會決議通過設置審計委員會，使董事會健全監督功能及強化管理機能，委員會由公司三位獨立董事所組成，藉由其專業之分工及獨立超然之立場，協助董事會決策，並有效監督管理階層的經營活動。審計委員會成員與其學經歷如下：



三、薪資報酬委員會：

本公司於 2012 年 8 月 10 日董事會決議通過設置薪資報酬委員會，以強化董事會薪酬管理機能，委員會由公司三位獨立董事所組成，協助董事會執行與評估整體薪酬福利政策以及董監事與經理人之報酬，確保薪資報酬安排符合相關法令並足以吸引優秀人才。薪資報酬委員會成員與其學經歷如下：

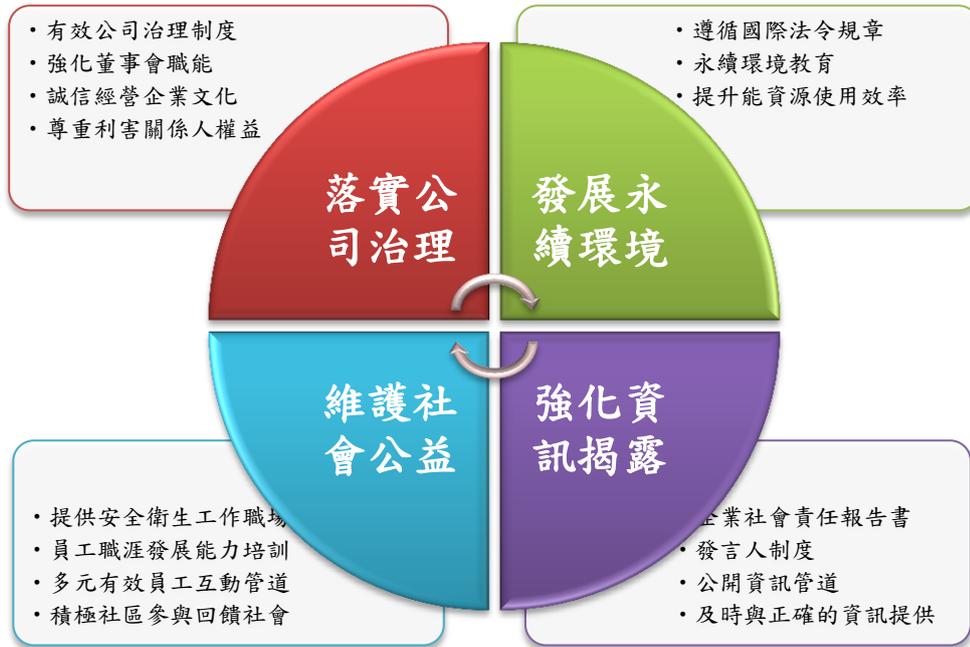


➤ 企業社會責任

✚ 企業社會責任政策

阿瘦為達永續經營之目標暨善盡企業社會責任，已制定「企業社會責任實務守則」，本公司履行企業社會責任，於追求永續經營與獲利之同時，關注利害關係人之權益與重視環境保護及社會公益的維持，並將其納入公司管理方針及營運活動。

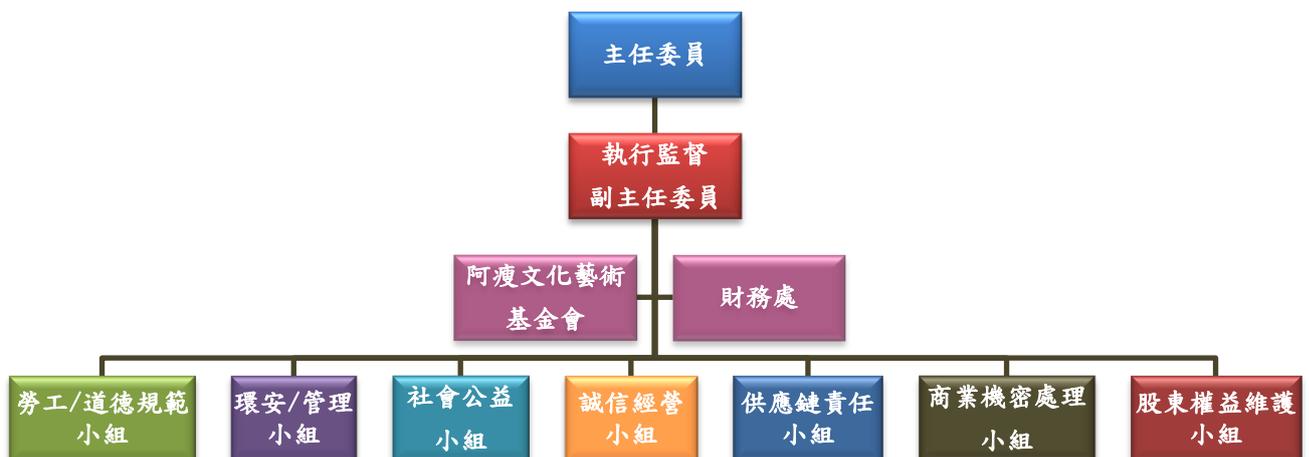
阿瘦對企業社會責任之實踐，依下列原則執行之：



✚ 企業社會責任運作組織架構

本公司設有企業社會責任管理委員會，負責統籌全公司企業社會責任及永續發展方向與目標擬定。

管理委員會下設有以下七個功能小組：勞工/道德規範小組、環安/管理小組、社會公益小組、誠信經營小組、供應鏈責任小組、商業機密處理小組及股東權益維護小組等。由主任委員不定期進行檢討，檢視年度目標的執行進度。



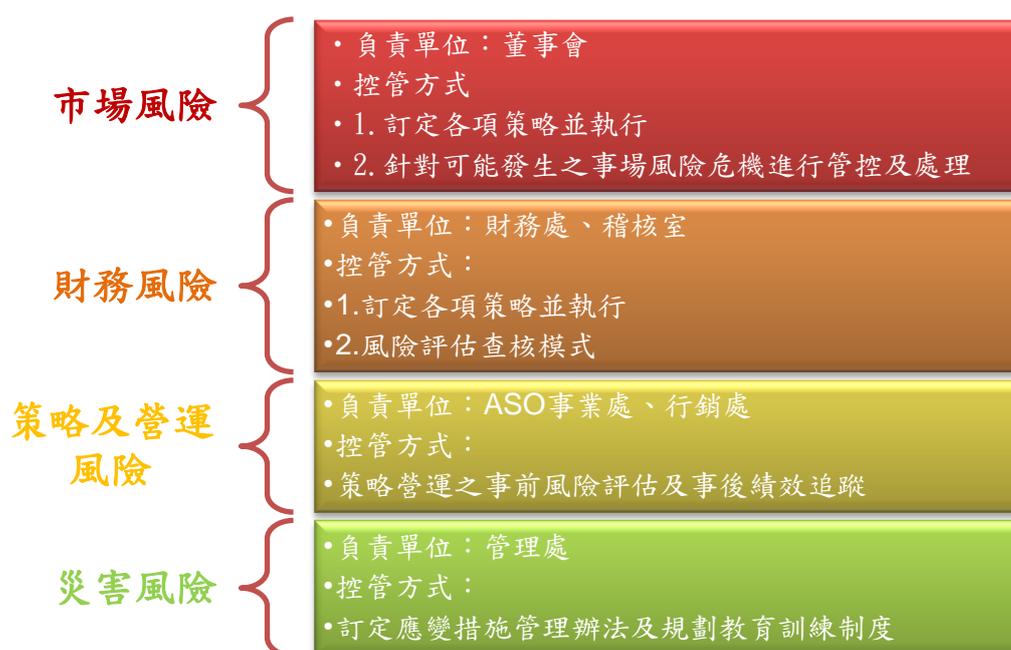
風險管理

本公司重大營運決策皆經適當權責部門評估及分析後，再依董事會決議執行；稽核室亦依風險評估結果擬訂其年度稽核計畫，並確實執行，落實監督機制及控管各項風險管理之執行。

阿瘦評估公司各項營運，將風險分為「財務風險」、「市場風險」、「策略及營運風險」、「災害風險」等四大面向，並針對各種不同風險，規劃其管理方法及危機因應步驟，以期將企業經營之不確定性降至最低。



上述風險之負責單位及風險管理方式如下：



➤ 內部稽核

本公司透過隸屬於董事會的稽核室來進行獨立、客觀地評估阿瘦公司的內部控制制度之完備性、有效性及落實性，並適時提供改善建議，以合理地確保內部控制制度能持續有效實施。稽核室會進行年度查核、專案查核、內部控制自行評估作業及專案諮詢服務，並提出內部稽核報告及工作底稿，以適時提供董事會與高階管理階層改善建議，確保內部控制制度得以持續有效實施，同時協助管理階層履行其責任。稽核室每年會依前一年度風險評估結果擬定次年度稽核計劃，再運用風險評估查核模式確實執行稽核，同時協助公司內部各單位及關係企業檢視風險項目、制度規劃及流程設計，以降低營運管理風險，進而增加組織價值。

➤ 反貪汙、反貪瀆

阿瘦本著誠信經營之理念，制定了相關「誠信經營守則」、「道德行為準則」等落實企業社會責任之政策，供董事、經理人及公司全體同仁遵循，以提升企業由上至下之行為素養及從業道德。

我們堅決反對任何形式貪腐與賄賂，為避免圖利特定人士，於道德行為準則中明確規範不得藉由第三人提供、承諾、要求或收受任何不正當利益，並指定稽核室為專責監督單位，進行相關作業及執行監督。

針對違反道德行為準則之個案，公司依個案情節進行懲處並公告之，2015 度並未有員工違反道德行為準則之情事。

3.7 利害關係人議和及真實性考量面鑑別

利害關係人溝通與關鍵性議題辨識是落實企業社會責任的核心工作。我們希望聽見各利害關係人的聲音，故提供多重溝通管道及主動資訊揭露，藉以與利害關係人保持良好的對話溝通。

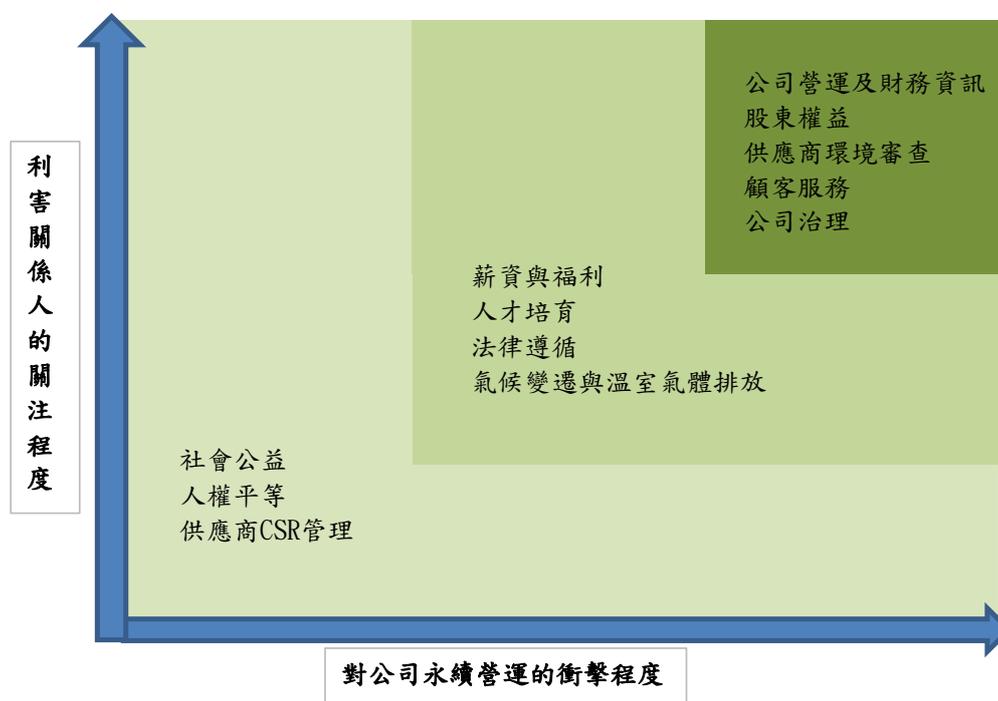
我們期許能透過這本報告書與利害關係人進行有效溝通，為確認報告書中所揭露的資訊符合利害關係人所關切的議題，提供利害關係人對於永續資訊的需求，除導入實質性分析方法外，2015更參考GRI-G4將鑑別考量面之範圍與邊界納入，我們實質性分析流程說明如下：



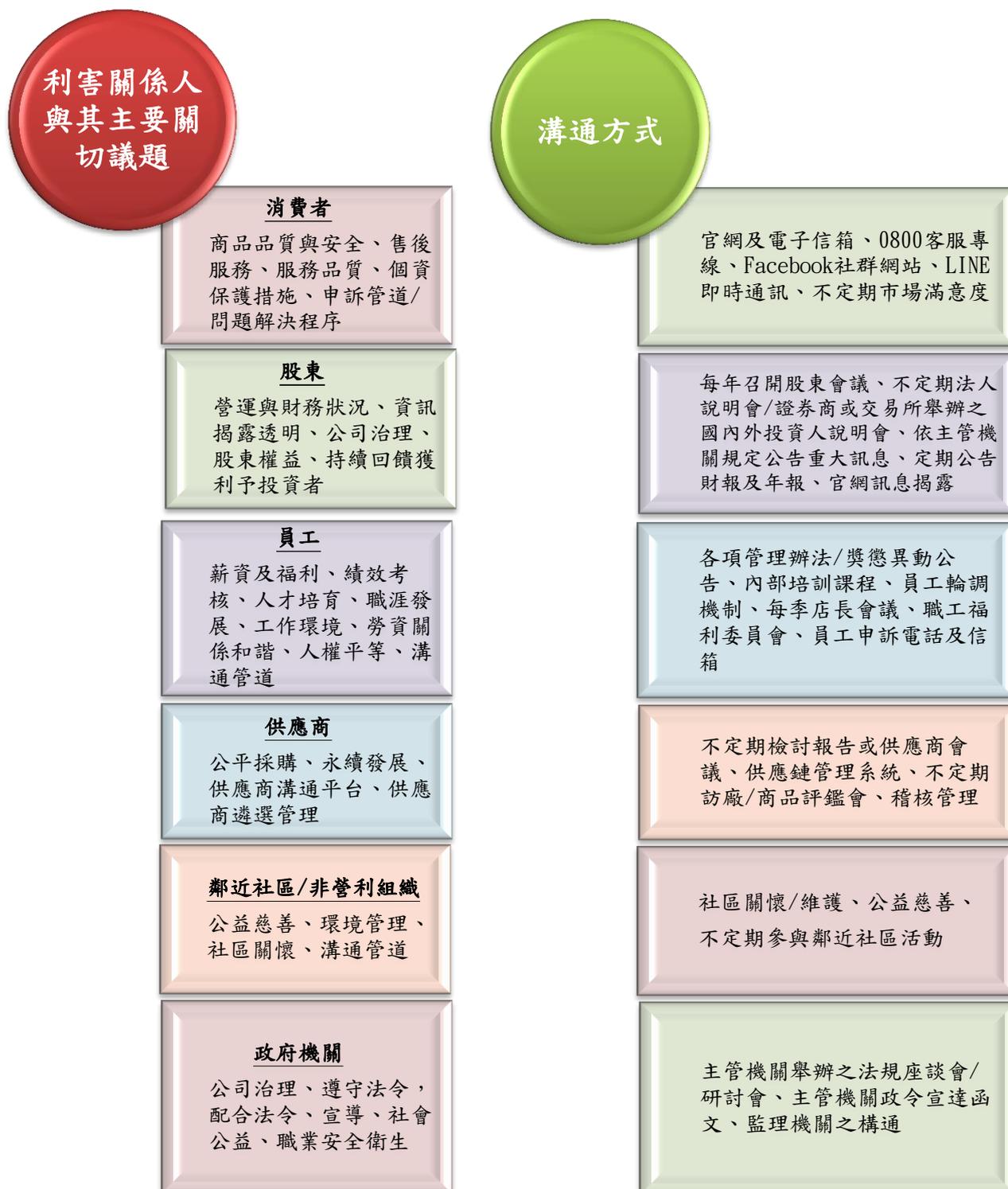
➤ 實質性議題分析與排序

下圖為重大實質性議題矩陣圖，經由不同利害關係人對各議題之關注程度、詢問頻率、對公司是否具實質性及對公司影響程度高低，排序出需優先於報告書內回應的重要關切議題。

本報告書將針對各重大實質性考量面，於各自章節做更詳細的說明，以呼應排序出的重要關切議題。其他如與重要議題相關但關注程度與衝擊程度較低的議題，則會簡略涵蓋於內文，部份議題將透過本公司集團官網-利害關係人專區或其他溝通管道予以回應。



一直以來，阿瘦秉持著提供最好的「商品」與「服務」而努力，透過多元的溝通管道，幫助公司聽到各利害關係人真實的聲音，主要的溝通管理如下表所示：



➤ 報告書重大考量面與邊界

完成重要關切議題之排序後，本報告書將針對各重大實質性考量面，於各自章節做詳細說明，以呼應排序出的重要關切議題。

此份企業社會責任報告書涵蓋之實質性組織內邊界為阿瘦集團及營業據點，組織外邊界包含顧客、供應商及鄰近社區。藉由判定各考量面是否對組織內外產生衝擊，以鑑別出本報告書之實質性考量面及邊界。

下表為實質性與邊界關係表，說明各個實質性方面所涵蓋到的邊界，相關考量面之管理方法則標註於GRI指標索引，於各實質性指標中說明。

類別	考量面	組織內邊界		組織外邊界		
		集團	營業據點	顧客	供應商	社區
經濟面	經濟績效	●	●			
	採購實務	●	●		●	
環境面	能源使用	●	●			●
	氣候變遷與溫室氣體排放	●	●		●	●
	產品及服務	●	●	●		
	交通運輸	●	●	●		
社會面	勞雇關係	●	●			
	職業健康與安全	●	●			
	訓練與教育	●	●			
	員工多元化與平等機會	●	●			
	不歧視	●	●	●	●	●
	童工	●	●	●		
	反貪腐	●	●			
	反競爭行為	●	●	●		
	顧客的健康與安全	●	●	●		
	產品及服務標示	●	●	●	●	
	行銷溝通	●	●	●		
	顧客隱私	●	●	●		
	社區參與	●	●			●

●：具有實質性，且於本次報告書揭露。

環境

近年來全球氣候變遷正在加速發生，引起全球環保意識抬頭，聯合國氣候變遷問題小組(IPCC)表示，全球暖化帶來的風險和衝擊，遠比當初估計的更加嚴重，不僅威脅動植物的生存，還會造成飢荒、疾病、乾旱、洪水、甚至戰爭等等問題繼續惡化。儘管危機迫在眉睫，報告指出全球若能有共識，起而行，在未來幾十年內，有效減少溫室氣體排放，還是有機會避免最糟的後果。

而全球各界對於溫室氣體排放也已列關注之重點，各國逐步協商規劃，共同保護環境，永續發展，阿瘦身為全球的一份子，發展永續環境成為阿瘦重要的課題，也成為我們企業社會責任政策的承諾。

4.1 用水及節能減碳方案

阿瘦為減少碳足跡與溫室氣體減量，推行下列措施：

節能空調：室內辦公室冷氣設定 27 度。營業店面冷氣設定 26 度。

節能照明：室內辦公室照明分區控制，每天中午關燈一小時。營業店面陳列區全部改用 LED 燈取代傳統耗電的 T5、HQI 燈具及 BB 燈。

節能設備：選購環保標章、節能標章之電器產品。辦公室及全國營業店面下班後，電腦全面關機，工作日午休或離開座位區不辦公時段螢幕需關閉，非顛峰時段，影印機用畢轉換為省電模式。

節能用紙：除呈主管機關文件及稅務相關憑證及文件使用文書紙張外，公司文件或記錄全面採用無紙化電子文件簽核。公司亦選購再生紙。

減量廢物：辦公室及營業店面用完之印表碳粉匣交由回收廠處理。辦公區實施垃圾不落地，全員垃圾減量，實施垃圾分類、資源回收。

省水裝置：使用變頻式冷氣取代水塔式冷氣、廁所設立省水裝置。

除了上述各項措施外，阿瘦亦致力於鞋盒、紙箱回收，並透過積極推動，以鼓勵性質獎勵員工共同投入，如：每年頒發積極配合的營業前線同仁獎金與「愛地球達人」表揚，來提升回收的效能。近年來紙箱回收比例已超過 70%，而鞋盒回收也已突破 10%。自 2013 年起，新裝或改裝之營業店面，全面改用省電燈源、空調，以勵行節能活動，除 2014 年、2015 年連續二年獲得台北市商店節能設計評獎外，2015 年更獲得台北市節能領導獎殊榮。另 2015 年響應新北市標竿節電智慧城市計畫，參加新北市服務業自願用電登錄與節電獎勵抽獎，共獲獎項如下：

獎項	獲獎名額	獲獎金額
傑出獎	1	100,000
績優獎	2	100,000
全勤獎	4	20,000
參加獎	15	15,000

2015 年用電度數較 2014 年大幅下降 21%，總計溫室氣體排放量減少約 1,088 噸 CO₂e。

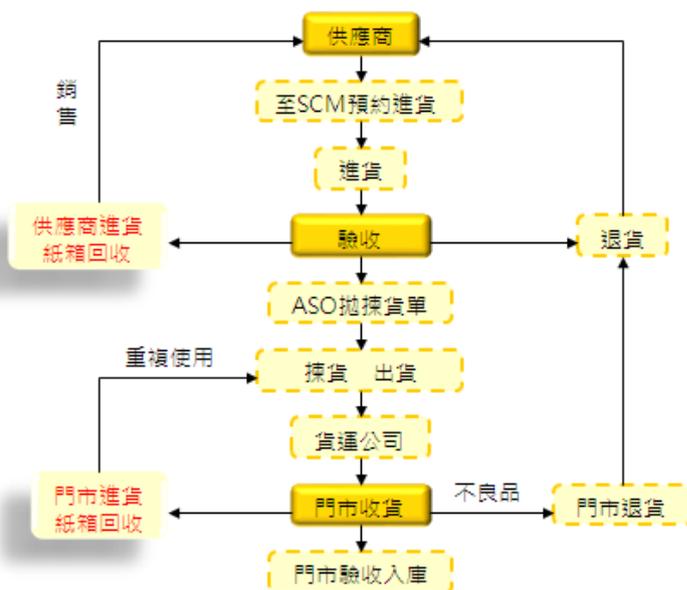
全省電費 2015 年 VS. 2014 年使用度數及碳排放比較表：

場所	2015年總度數 (千度)	2015年碳排放 (噸)	2014年總度數 (千度)	2014年碳排放 (噸)	下降度數 (千度)	碳排放減少 (噸)	減少幅度
營業據點	7,411	3,913	9,591	4,997	-2,180	-1,084	-22%
總服務處	312	165	326	170	-13	-5	-3%
總計	7,724	4,078	9,917	5,167	-2,193	-1,088	-21%

4.2 總倉物流推動計畫

阿瘦開發第三方物流商，從供應商進貨到商品送達門市的流程，以「進貨標準化」及「系統化」的模式，妥善控管運費支出及提高到貨精確度，因此到貨準確率趨近於 100%，有效降低運送次數，進而減少碳排放量；並導入「今天供應商進貨，明天門市到貨」之物流機制，縮短進、出貨時間，提昇物流品質。

物流管理



1. 導入DPS電子資料標籤揀貨系統
2. 出貨逐雙稽核、攝影保全系統

運費控管成效

年度	運費下降比例
2007	-
2008	1.3%
2009	1.1%
2010~	3.8%

到貨時效提升

年度	到貨時間(hr)
2007~2008	96
2009~2010	48
2011~	24

到貨準確率提升

年度	到貨準確率
2009~2010	99.9997%
2011~2014	99.9999%
2015	99.9999%

社會

阿瘦除了重視市場競爭力及企業的財務表現外，亦不遺餘力地投入社會責任，以維護其他利害關係人的權益。

阿瘦認為員工是企業重要的資產之一，因此透過完善的人力資源制度，阿瘦提供員工合理且公平的薪資福利，舒適且安全的工作環境，透明的升遷管道及定期的教育訓練。阿瘦亦遵循人權的相關規定，並致力於防止歧視、童工、強制勞動等情事發生。

身為零售通路，阿瘦介於供應商與消費者中間。阿瘦的企業文化是「堅持品質、服務第一」，企業願景是「促進顧客足下與生活的美好」，透過有效且即時的供應商管理，阿瘦能夠掌握商品品質，並要求廠商遵循商品標示法。在長期發展下，阿瘦期待能與供應商共存共榮，一同為消費者創造更高價值！

5.1 育才、惜才

阿瘦為一連鎖鞋店，商品以流行、主題、功能、季節等系列為開發主軸，透過不斷地精進、研發，打造每一雙結合了「時尚設計」與「精湛工藝」的鞋款。希望帶給顧客「真、善、美、新」的品牌核心理念。因此，身為阿瘦的一份子，我們將生活融入工作，讓單調無趣的工作增添色彩，並在工作的同時提升流行的敏感度。

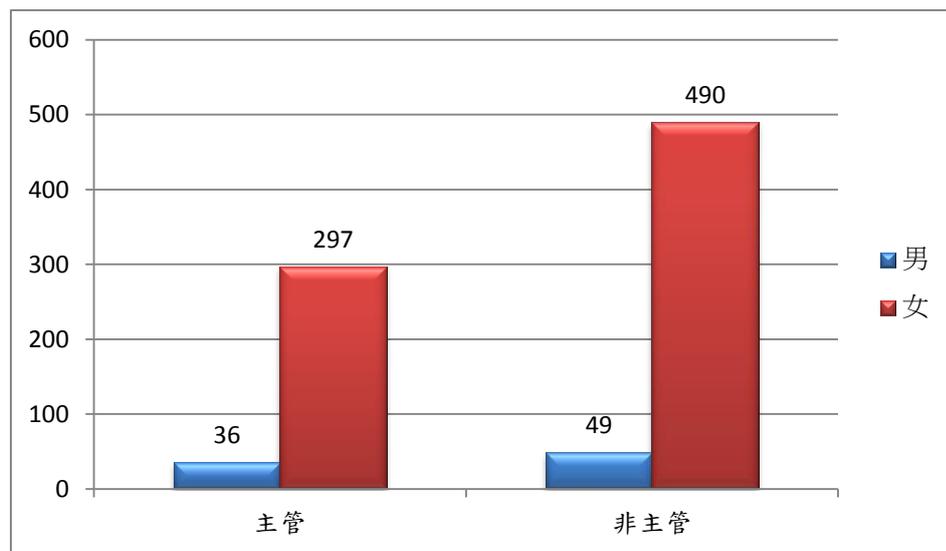
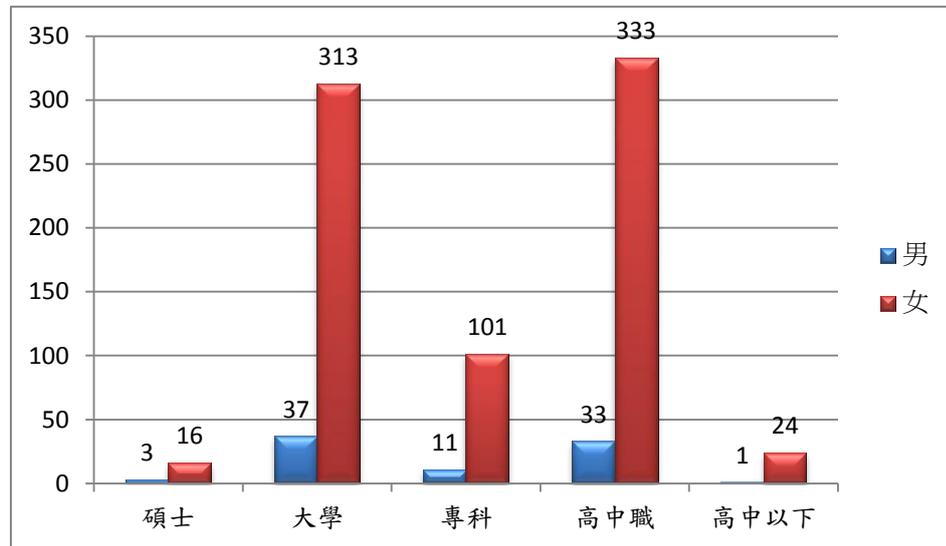
截至 2015 年 12 月 31 日止，阿瘦人共有 872 位，阿瘦雇用員工不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、婚姻、容貌、五官、年齡、身心障礙而予以歧視，亦積極雇用已婚及因家庭離開職場之二度就業女性員工。

由於阿瘦為通路商，員工遍布全台各地，若以地區區分，北區員工佔比為 53%，中區員工佔比為 15%，南區員工佔比為 32%。性別上，男女員工佔比分別為 1:9。

阿瘦五成以上員工具備大專以上學歷；基層主管職以上佔全體員工比例為 38%。

2015 年度		女生			
人員別	年齡區域	北區	中區	南區	新進/離職%
在職	未滿 30 歲	138	66	124	
	30 歲以上 50 歲以下	250	59	143	
	超過 50 歲	4		3	
新進	未滿 30 歲	151	77	132	41.3%
	30 歲以上 50 歲以下	91	8	19	13.5%
	超過 50 歲				-
離職	未滿 30 歲	146	69	117	38.1%
	30 歲以上 50 歲以下	105	14	36	17.8%
	超過 50 歲	2		1	0.3%

2015 年度		男生			
人員別	年齡區域	北區	中區	南區	新進/離職%
在職	未滿 30 歲	16	6	3	
	30 歲以上 50 歲以下	45		6	
	超過 50 歲	9			
新進	未滿 30 歲	22	7	8	4.2%
	30 歲以上 50 歲以下	15	1		1.8%
	超過 50 歲				0.0%
離職	未滿 30 歲	18	9	5	3.7%
	30 歲以上 50 歲以下	17	1	2	2.3%
	超過 50 歲	1			0.1%



為了提高顧客價值與提供顧客更完善的服務，阿瘦期待阿瘦人能具備工作熱忱，並與阿瘦共同努力成長。然而，快速變動與高度競爭的環境，導致人力的高度流動。2015年阿瘦員工平均年齡為 30.9 歲，未滿 30 歲區間之員工流動性最高。

➤ 員工薪獎與福利

阿瘦在薪酬制度上講求公平性，並排除因地區、年齡、年資、種族或性別之不同而區別起薪或調薪，每位同仁皆是經由綜合考績進行薪資調整，並提撥足額之退休金準備讓員工未來無後顧之憂。

阿瘦除了設置福委會外，亦提供優於勞基法的福利回饋給阿瘦人，例如：員工旅遊及舒壓按摩，讓阿瘦人在工作之餘能有正當休假放鬆之外，也能夠與公司內的同仁一同出遊，凝聚向心力。

阿瘦女性員工佔比約9成，為保障女性員工權益，使其可兼顧工作、家庭及健康，阿瘦提供「生理假」、「家庭照顧假」、「產假」、「陪產假」、「哺乳時間」及「留職停薪辦法」等。總公司亦設有隱密及安全之哺乳室，供女性員工使用。



➤ 員工安全與保護

工作環境之安全是公司責任的一部分，因此，除了針對門市及總公司舉行消防安檢、維護各項設施之外，針對門市環境及安全管理亦訂定緊急應變措施及 SOP 守則，以加強門市人員緊急應變能力。此外，總服務處並安排兩名兼任勞安人員於每年固定受訓法定時數取得證照，替公司的員工安全把關。

➤ 員工發展與訓練

一、人才培育

阿瘦集團秉持以人為本的核心精神，致力於集團各職能人才之養成、儲備，並持續落實 TTQS 的精神辦理各項教育訓練。董事長羅榮岳先生曾說：「要以辦學校的精神，辦理企業教育訓練」本公司秉持這樣的理念辦理公司各項教育訓練，也定期參加政府勞動力發展署的「人才發展品質管理系統評核」(TTQS)，並於 2011 年和 2015 年榮獲銀牌的肯定。

本公司依照集團教育訓練藍圖，針對營業端及幕僚端，提供不同階層的多元化專業訓練，包括：新人訓練、專業訓練、管理訓練、內部講師訓練等。

二、內部訓練課程與訓練假期

阿瘦實業已具備完整之員工職涯發展藍圖，並承接企業的營業目標和人才發展策略，展開課程設計；針對各階層員工，皆有明確之訓練方向及培育計畫。

每一課程均依循清楚之訓練目標，於訓後執行學習驗收或認證評鑑，以確保學習效益與成果產出，使各訓練可有效協助員工職能提升，支持員工職涯發展之規劃。



學員對象	2015 年平均受訓時數 (小時)		
	男	女	整體
營業端	24.3	24.4	24.4
後勤端	13.3	13.5	13.5
集團整體	18.8	19.0	18.9

類別	課程內容	學習評鑑	訓練假期
營業端	<p>在職訓練： 新進人員訓練 銷售SOP流程訓練</p> <p>集中訓練： 新品訓練 基礎商品知識訓練 儲備副店長訓練 儲備店長訓練 新任店長訓練 店長職能訓練</p>	<p>合格銷售認證 服務力評鑑</p> <p>基礎商證班評鑑 儲備副店長評鑑 儲備店長評鑑</p> <p>店長分級評鑑</p>	除儲備(副)店長訓練與評鑑外，所有訓練課程與評鑑均提供員工公假進行學習。
後勤端	<p>在職訓練： 新進人員訓練</p> <p>集中訓練： 儲備幹部訓練 新任主管訓練 主管HR職能訓練</p> <p>自我啟發學習： 創變讀書會 台大EMBA精鍊班</p>	<p>儲備幹部評鑑</p> <p>學習報告 期末學習評鑑</p>	除台大EMBA精鍊班外，所有訓練課程與評鑑均提供員工公假進行學習。

三、外部訓練的資助：

因應組織快速發展，員工職能提升需求，利用外部教育訓練的資源，藉以提升員工素質及工作效率，以符合員工職能提升規劃及企業發展策略。

凡到職三個月以上，正式任用之專員(含)以上職級，可申請派外訓練課程補助。申請補助之課程需與該員擔任之業務內容，或與該員之職涯發展相關之課程；課程完成後，需要撰寫心得與應用報告，經核准後才能請領補助款。

本項內容定義以該員之部門主管與訓練單位審核之。依職級職務需求，相關補助金額如下列：

職等	年度補助總額
3職等	5,000元
4~6職等	8,000元
7~8職等	12,000元
9職等以上	15,000元

四、定期績效

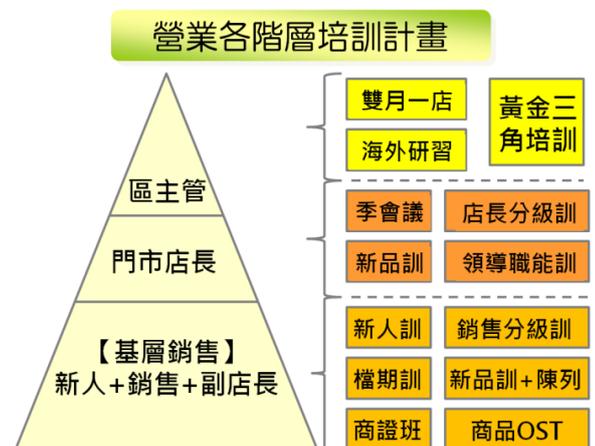
為了使公司績效評估能在公平、公正、客觀原則下，提供主管與員工溝通的管道，以增進部門與個人績效，考核結果將做為日後員工職務調整調薪及人才培育的參考依據。2015 年度的所有應該接受考核員工皆 100% 完成考核作業，考核結果也經由公司的人評會確認。

五、職涯發展

因應組織發展需求，辦理儲備幹部培訓和中階主管培訓課程，並於 2013 年首次開辦針對高階接班團隊養成的 ASO-MBA 課程（接班人計畫），搭配跨部門專案任務，以培養多元商品和通路的經營管理人才。

為了於企業中落實「五育並重，全人發展」的人才培育理念，特聘請專業國手教練開立 ASO 體適能班，以培養強健體魄面對工作與生活中的各項挑戰；同時導入「學分制」，開辦各項美學課程、參訪活動和志工服務等，協助同仁全方位的學習成長。

服務業是高度以人為本的產業類型，阿瘦集團一直以來強調全人發展，每年針對總處與營業端的新升任主管，升任前的管理職能培養



~ 終身學習列車 + 學分制 ~

到新任主管協助快速上手的實務課程，進階到擔任主管後的領導管理能力，皆為每年固定的課程。而營業前線每年固定2次的公開透明的晉升考核，建立營業端儲備人才庫。

各類主管培育課程：

類別	開課時數	受訓人次
門市主管	54	187
門市主管評鑑	14	92
營業主管	29	110
總處主管	24	722
總計	121	1,111

➤ 員工申訴機制

阿瘦提供員工完善的溝通及申訴管道，於官網建立專區提供員工申訴，同時透過電子平台及內部網絡，如EIP，阿瘦能與員工進行有效的雙向溝通。若員工對於組織、制度或政策有任何想法，亦可透過電子信箱及0800免付費電話，提出想法。

➤ 人權保護

阿瘦對於員工一視同仁，不因性別、年齡、種族、膚色、宗教、黨派、殘障等情況歧視員工，阿瘦保障員工「人人有權享受平等保護，不受任何歧視」。2015年報告期間，阿瘦並未有任何歧視事件發生。

阿瘦的營運活動及投資協議內容皆遵循各國法規辦理，故並未另載人權條款於合約書中。阿瘦重視人權保護，並要求所有人權相關之議題皆遵循法令要求。阿瘦不雇用童工，2015年報告期間，阿瘦並未有任何使用童工之情事。

阿瘦並無強迫及強制勞動之事件，阿瘦確保用於提供服務之人力及整體的雇用條件皆屬自願性。阿瘦提供員工符合、甚至優於當地法令之最低限度工資與福利。阿瘦提供員工有薪假，不強迫員工之工時超過當地法令規定，並遵守加班工資的要求或必要的補償。

5.2 供應鏈管理

阿瘦為一歷史悠久之本土企業，合作之供應廠商大都配合多年，阿瘦秉持長期發展、共存共榮的理念，積極輔導供應商進行「廠房更新」、「作業電腦化」、「流程標準化」，提高供應商產能及商品良率。

阿瘦與供應商合作前，均會對供應商進行一系列評估，評估合格後才會列入本公司配合之供應商名單。其中針對有無影響環境與社會的評估重點如下：

1. 供應商是否領有合格營運之相關證照。

2. 供應商使用的物料是否符合本公司之要求，例如皮料不含六價鉻。
3. 供應商生產過程中可能產生的各式污染物，是否具備處理能力及相關處理的軟硬體設備。

供應商契約書中，供應商應確保來料及商品品質，禁止侵害他人智慧財產權等之情事，恪遵相關法令規定，並應配合公司在人權面、環境面、產品責任面倡導達到企業永續經營之使命，達到公司與供應商共同致力提升企業社會責任的目的。若供應商違反企業社會責任政策，且對社會及環境有顯著影響時，本公司得隨時解除契約。

若商品有任何問題或疑慮，阿瘦會優先考量消費者，將問題或疑慮商品快速下架，且停止販售，以保障消費者權益及安全。

為了與供應商進行有效溝通，阿瘦每半年舉辦「供應商會議」做良性交流，同時不定期揭露最新資訊於供應商管理平台 (SCM) 上，以回應供應商之需求。在使用電子採購系統下，阿瘦能降低供應商作業流程，以達到快速、精準的供應商管理目標。

5.3 顧客服務

➤ 商品品質及安全

阿瘦以「堅持品質、服務第一，成為顧客足下與美好生活的第一選擇」為宗旨，嚴格要求供應商應確保來料及商品品質，禁止侵害他人智慧財產權等之情事，恪遵相關法令規定。同時，商品有任何問題或疑慮，必先下架且停止販售，以確保顧客之安全。

在賣場中，商品皆有標示售價，每月分店皆會依特價商品之售價，定期維護更換標示卡片，讓消費者能清楚知道到商品之售價，保障消費者權益。

➤ 賣場安全及保障

阿瘦的展務部門會定期檢查、巡視並維護門市設備，以確保賣場安全。一旦門市人員發現設備有所損壞，亦立即通知展務部門人員進行維修。於賣場安全中，為因應可能產生之風險，阿瘦皆提前準備預防危險之發生。

阿瘦皆為顧客投保公共意外險，若顧客於任一阿瘦分店中發生意外，分店人員會陪同就醫，並申請理賠，以保障顧客之人身安全。

➤ 顧客隱私保護

為確保營運所需之個人相關資料能獲得妥善保護，阿瘦於 2014 年訂定個人資料保護管理辦法。根據該管理辦法，分店所填之資料或顧客相關之表單，均經妥善保管，不得任意翻閱，並定期銷毀相關個資資料，以維護顧客資料之安全。

5.4 社會參與

➤ 美麗山田，萌出孩子的美感與視野

有感於偏鄉地區孩子，因文化環境不利、資源有限等因素，使學童困於學習，教育不平等，難以接近“美”的世界，即便孩子們擁有對美感及文化的天分，卻缺少社會為他們開啟一扇窗，迎向美麗的風景。因此阿瘦集團於2011年創立阿瘦文化藝術基金會，開啟「美麗山田—偏鄉美學播種計畫」，著手推動以美學來進行公益回饋。



故事一：校園裡的提琴聲 交織出童年的美好樂章



走進南投縣中寮鄉，1999年在九二一大地震的蹂躪下，僅有永和國小毅然挺過天搖地動，成為唯一未倒塌的校舍。諷刺的是，當鄰近校園紛紛改建後，永和國小卻成了當地最破、最舊的學校，甚至讓家長猶豫是否送孩子入學就讀。

不過，破落的校園並未擊潰校長辦學的熱情。數年前，亟思突破的校長募得30把二手小提琴，令全校師生沉浸在如獲至寶的喜悅中。然而，苦無經費聘請才藝教師指導孩子習琴，卻成為接踵而來的難題。

在因緣際會下，阿瘦文化藝術基金會得知本狀況，便透過「美麗山田」計劃提供相關經費，於是，悠揚的小提琴聲開始在校園各個角落迴盪。現在每到週三交流日，學生們總是興奮的站上台前，迫不及待展示用心練習的成果。在長長短短的琴弓起落下，孩子們自信又滿足的笑顏，正與流洩而出的音符，交織成童年最美好的樂章。

故事二：深山裡的繪畫課 讓孩子勇敢揮灑生命色彩



走進隱身山林的台東新武國小初來分校，這裡沒有操場，一座鐵製溜滑梯是僅有的遊樂設施，一間教室更得拆成兩班使用。全校 18 名學生在奇缺的教育資源下，連水彩筆都沒有見過。「畫畫」在他們心中，更曾是遙遠又奢侈的活動。

在老師熱心的牽線下，「美麗山田」計畫的資源得以深入這所校園，也讓課堂上開始有了孩子從未見過的顏料、畫筆與美術用具。幾堂課下來，孩子們的反應漸漸從「老師，我不會畫！」變成「老師，下星期您還會來嗎？」

一年下來，學生們已能開心地拿起畫筆，在畫紙上盡情發揮創意。甚至在老師鼓勵下，各自將腦海中的想像，栩栩如生的揮灑在校園牆上與司令台上，妝點了深山小學的風景，也期待他們的未來能如譜出的畫作般絢爛、美麗。

➤ 阿瘦送愛不間斷，幫助弱勢走入希望

2015 年 母親節活動舉辦阿瘦舊鞋、非洲救鞋之捐鞋公益活動，甚至捐贈愛心鞋貨櫃協助 step30 將滿滿的祝福安全送達非洲。



➤ 慷慨解囊，回饋鄉親

2015/6 羅水木總裁特別捐贈德國進口福斯 T5 車款救護車予宜蘭縣消防局，除採高等級急救系統，更駐派二名持有高級救生員執照的消防夥伴，讓故鄉能有份最安心的幸福感。



2015/9 羅水木總裁為感念故鄉培育之情，捐贈一座圖書館予宜蘭冬山鄉，他認為讀書為百年大計，唯有讀書才能提升知識、長見識，社會才會不斷地進步，而若能在自己的家鄉播下知識的種子，提升家鄉未來的競爭力，無非是對家鄉最大的貢獻。



➤ 彎腰清掃謙卑愛地球



近年來阿瘦積極參與台灣美化協會各項活動，包括公共廁所的清掃學習、鄰近社區的清潔美化等，均由董事長羅榮岳親自帶領員工一起參與，除了學習「凡事徹底、磨練心志、謙卑學習、感恩惜福」的精神，也期望彎腰清掃背後所帶來的謙卑、省思及愛地球的種種精神，能傳遞給更多人知道。



◎一般標準揭露

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
策略與分析			
G4-1	組織最高決策者對其組織與策略的永續性之相關聲明	02 經營者的話	P4
組織概況			
G4-3	組織名稱	03 關於阿瘦-公司簡介	P5
G4-4	主要品牌、產品與服務	03 關於阿瘦-公司簡介	P6-7
G4-5	組織總部位置	03 關於阿瘦-公司簡介	P5
G4-6	組織在多少個國家營運、在那些國家有主要業務與報告所述之永續性主題相關	03 關於阿瘦-公司簡介 03 關於阿瘦-營運策略	P5 P9
G4-7	所有權的性質與法律形式	03 關於阿瘦-公司簡介	P5
G4-8	機構所服務的市場(包括地區、服務的行業、客戶/受益者類型)	03 關於阿瘦-公司簡介 03 關於阿瘦-產業概況 03 關於阿瘦-營運策略	P5 P8 P9
G4-9	組織規模(資本額、營業據點總數、銷售額、員工總數)	03 關於阿瘦-公司簡介 03 關於阿瘦-財務資訊 05 社會-育才、惜才	P5 P10 P25-26
G4-10	員工人數(揭露 d 岸地區與性別劃分之員工人數)	05 社會-育才、惜才	P25-26
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	*在臺灣，阿瘦一般員工可透過福委會和員工申訴機制反映工作上相關問題。目前，阿瘦並無設立工會和員工協商機制。	
G4-12	描述組織的供應鏈情況	05 社會-供應鏈管理	P30
G4-13	報告期間內、組織規模、架構、所有權或供應鏈的重大改變	*阿瘦組織規模、架構、所有權或供應鏈定無重大改變。	
G4-14	組織是否有因應之預警方針或原則(營運規劃中的風險管理方法，或開發及推出新產品方法)	03 關於阿瘦-營運策略 03 關於阿瘦-公司治理 05 社會-供應鏈管理 05 社會-顧客服務	P9 P12-18 P30 P31
G4-15	組織參與或支持的外界發起的經濟、環境、社會公約、原則或其他倡議	03 關於阿瘦-獲獎榮耀 05 社會-育才、惜才	P11 P30
G4-16	列出所加入的協會(如行業協會)和國家或國際性倡議機構，且：在協會佔有席位/參與專案或委員會/提供除	*阿瘦為「連鎖加盟協會」之一員	

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
	了常規會費的大額資助/視會員資格具策略意義		
鑑別重大性與邊界			
G4-17	a.列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體 b.說明是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中	股東年報 *所有在組織合併財務報表或等同文件中的實體接包含在此報告書中。	
G4-18	a.說明界定報告內容和考量面邊界流程 b.說明組織如何依循「界定報告內容的原則」		
G4-19	列出在界定報告內容的過程中確定所有重大考量面	03 關於阿瘦-利害關係人議合及真實性考量面鑑別	P19-22
G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界		
G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界		
G4-22	說明重新陳述前期報告所載資訊的影響，及重新陳述原因	*無重新陳述之情事。	
G4-23	說明範圍、方面邊界與此前報告期間的重大變動	*無重新陳述之情事。	
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	03 關於阿瘦-利害關係人議合及真實性考量面鑑別	P19-22
G4-25	利害關係人之鑑別		
G4-26	與利害關係人議合的方式，包括依照不同利害關係人群體及形式的議合頻率，並說明任何議合程序是否特別為編制此報告而進行		
G4-27	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些議題與事項		
報告書基本資料			
G4-28	報告期間	01 關於我們的報告書	P3
G4-29	上一份報告日期		
G4-30	報告周期		
G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的		

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
	連絡資訊		
G4-32	a.組織選擇的「依循」選項 b.針對所則選項的 GRI 內容索引 c.如報告書經外部保證/確信，請引述外部保證/確信報告	01 關於我們的報告書 06 GRI 指標索引	P3 P33
G4-33	a.組織為報告尋求外部保證/確信的政策與現行做法 b.如果未在永續報告書中附帶保證/確信報告，則須說明以提供的任何外部保證/確信的根據及範圍 c.組織與保證/確信雙方之間的關係 d.最高治理機構與管理階層是否參與尋求永續報告書外部認證的程序	*無相關之情事	
治理			
G4-34	組織的治理架構，包括最高治理機構下的各個委員會，說明負責經濟、環境、社會影響決策的委員會	03 關於阿瘦-公司治理	P12-18
倫理與誠信			
G4-56	組織的價值、原則、標準和行為規範，如行為準則或倫理守則	03 關於阿瘦-公司簡介 03 關於阿瘦-公司治理 05 社會-育才、惜才 05 社會-供應鏈管理 05 社會-顧客服務	P5-7 P12-18 P25-30 P30 P31
經濟			
經營績效			
G4-DMA	管理方針揭露	股東年報	
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	03 關於阿瘦-財務資訊 股東年報	P10
G4-EC3	組織確定福利計劃義務的涵蓋範圍	05 社會-育才、惜才	P25-30
採購實務			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會-供應鏈管理	P30
G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自於當地供應商之比例	05 社會-供應鏈管理	P30
環境			
能源			
G4-DMA	管理方針揭露	04 環境	P23

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
G4-EN6	減少能源的消耗	04 環境-用水及節能減碳方案	P23-24
G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	04 環境-統倉物流推動計畫	P24
排放			
G4-DMA	管理方針揭露	04 環境	P23
G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	04 環境-用水及節能減碳方案 04 環境-統倉物流推動計畫	P23-24 P24
產品和服務			
G4-DMA	管理方針揭露	04 環境	P23
G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	04 環境-用水及節能減碳方案 04 環境-統倉物流推動計畫	P23 P24
交通運輸			
G4-DMA	管理方針揭露	04 環境	P24
G4-EN30	為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	04 環境-統倉物流推動計畫	P24
社會：勞工實務與尊嚴勞動			
勞雇關係			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P25-30
G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工(不包括臨時與兼職員工)的福利	05 社會-育才、惜才	P25-30
職業健康與安全			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P27
G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	05 社會-育才、惜才	P27
訓練與教育			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P28
G4-LA9	按性別與員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	05 社會-育才、惜才	P28
員工多元化與平等機會			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P25-30
G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	03 關於阿瘦-公司治理 05 社會-育才、惜才	P12-18 P25-30
社會：人權			

GRI 指標	說明	報告章節	頁數
不歧視			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P30
G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	05 社會-育才、惜才	P30
童工			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P30
G4-HR5	已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點及供應商，及採取有助於杜絕使用童工的行動	05 社會-育才、惜才	P30
社會：社會			
反貪污			
G4-DMA	管理方針揭露	03 關於阿瘦-公司治理	P12-18
G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	03 關於阿瘦-公司治理	P12-18
G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動	03 關於阿瘦-公司治理	P12-18
反競爭行為			
G4-DMA	管理方針揭露	03 關於阿瘦-產業概況	P8
G4-SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果	03 關於阿瘦-產業概況	P8
社會：產品責任			
顧客的安全與健康			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P25
G4-PR1	為改善健康和安全而進行衝擊評估的主要產品和服務類別比例	05 社會-顧客服務	P31
產品及服務標示			
G4-DMA	管理方針揭露	05 社會	P25
G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	05 社會-顧客服務	P31
社會：社會參與			
-	社會參與活動成果	05 社會-社會參與	P32-35